

国产游戏文化输出的新模式探索

——以《原神》为例

周世豪¹, 王诗怡²

¹武汉工程大学, 湖北 武汉

²天津师范大学, 天津

收稿日期: 2023年1月7日; 录用日期: 2023年2月10日; 发布日期: 2023年2月20日

摘 要

国产游戏正在逐渐成为输出中华文化的一大阵地, 文章通过分析《原神》成功走向国际的案例, 采用文化考据和模型构建相结合的研究方法, 深入研究了开放世界游戏《原神》中传达出的优秀传统文化并成功构建出四维文化生态模型, 最后得出结论: 四维文化生态圈模式对于国内游戏文化产业成功输出中华文化具有较高的借鉴价值。

关键词

中华文化, 文化输出, 文化交流, 国产游戏

Exploration of a New Mode of Exporting Chinese Game Culture

—A Case Study of Genshin Impact

Shihao Zhou¹, Shiyi Wang²

¹Wuhan Institute of Technology, Wuhan Hubei

²Tianjin Normal University, Tianjin

Received: Jan. 7th, 2023; accepted: Feb. 10th, 2023; published: Feb. 20th, 2023

Abstract

Domestic games are gradually becoming a major front for exporting Chinese culture. By analyzing the successful international case of Genshin Impact, this paper adopts the research method combining cultural research and model construction to deeply study the excellent traditional culture

文章引用: 周世豪, 王诗怡. 国产游戏文化输出的新模式探索[J]. 社会科学前沿, 2023, 12(2): 742-750.

DOI: 10.12677/ass.2023.122102

conveyed in this open-world game, and successfully builds a four-dimensional cultural ecological model. Finally, the following conclusions are drawn: the four-dimensional cultural ecosystem model has a high reference value for the successful export of Chinese culture by the domestic game culture industry.

Keywords

Chinese Culture, Cultural Export, Cultural Exchange, Domestic Games

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中华文化是烙在中华民族血脉里的共鸣,是整个华夏文明几千年来绵延不息的精神力量和最大底气。随着近年来中国社会的蓬勃发展,中国与世界的政治经济文化交流也愈发频繁,而在这之中,不同文化间的交流是极为重要的一环。建设社会主义文化强国,增强人民文化自信,推动中华优秀传统文化走出国门、走向国际是全体中国人民的迫切愿望。

目前我国与世界各国间文化输出与交流的主要手段不外乎报纸、杂志、广播、电视、互联网等大众传媒,以游戏作为文化输出载体的案例较少且成效较差。直到2020年《原神》的横空出世,高质量的游戏内容不仅惊动了国内游戏界人士,其后续强大的文化输出能力也让不少学者开始注意到这个成功打入国际的中国式开放世界游戏。

2. 《原神》基本介绍及现状

《原神》是由上海米哈游网络科技有限公司制作发行的一款开放世界冒险游戏,PC版技术性开放测试于2020年9月15日开启,公测于2020年9月28日开启。值得注意的是,游戏在上市的第一个月就创造了16亿人民币的收入,此后更是一路高歌猛进,先后斩下Google Play 2020年度最佳游戏、Apple Store 2020年度精选游戏以及TGA(The Game Awards) 2021年度最佳游戏等众多荣誉奖项。

游戏以精美的角色和不同的地区国家为特色,主打冒险、探索、养成三大玩法,在线上打造视听结合的沉浸式体验,将不同文化融入到玩家的每一个游戏细节当中;在线下构建完整而庞大的二创生态圈,在这个生态圈中,玩家受到的文化熏陶是无时无刻又悄无声息的。

区别于国内大多数游戏的昙花一现,《原神》所展现出的后续表现依然强劲,甚至可以说是蒸蒸日上。游戏用户的粘度出奇地高,更有大部分玩家充当了游戏的“安利者”,自发、无偿地向周围的熟人推荐这款游戏,使得玩家群体在短短两年内呈现爆发式增长。鉴于评价游戏的市场分量的主要标准是用户活跃度和实际流水数,团队收集了最近一个多月来《原神》在各个国家应用商店中的营收排名数据(图1)。

通过对比分析四个国家的平台数据发现,《原神》在国际上的影响力辐射范围之大毋庸置疑。近一个月的单日排名皆位于各大平台前列,最低也不超出50名,这意味着游戏用户的粘度和活性相当之高。图表中所出现的两个高峰也与游戏特色密切相关,前文提到《原神》最吸引用户的两大特色包括角色与国家地区。深入用户群体调研发现这两次单日流水登顶皆是由于游戏新角色上线,玩家不约而同全面登陆,能有如此统治力的中国游戏更加值得深入探究其背后文化输出的成功原因。

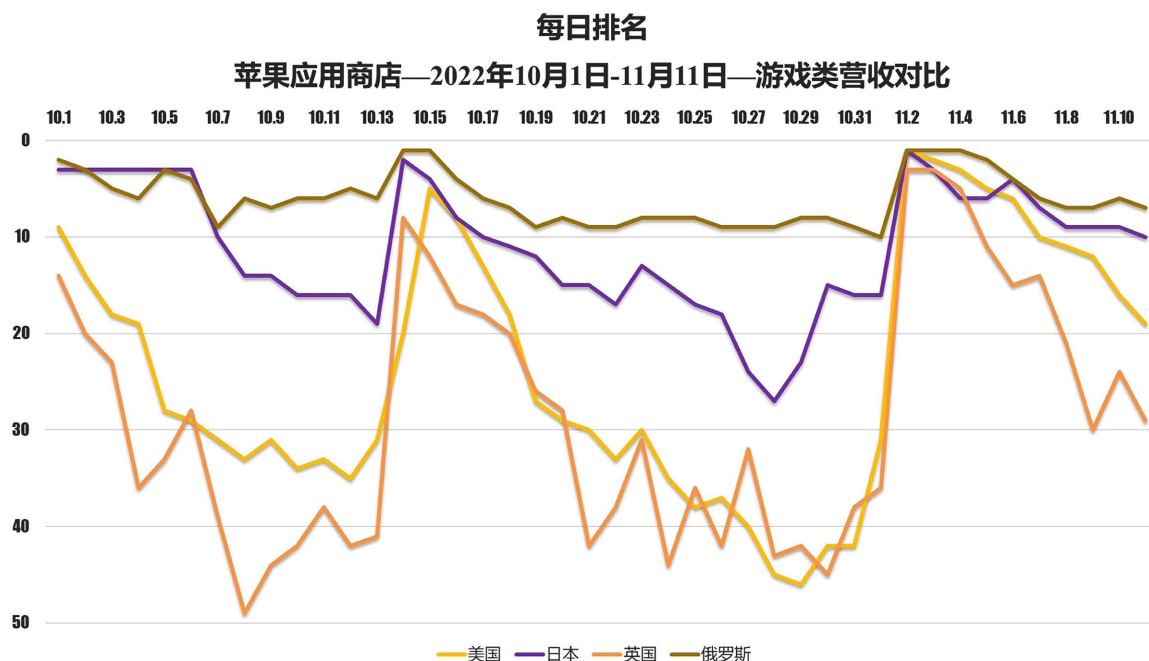


Figure 1. Ranking of Genshin impact's revenue in different countries from October 1 to November 11, 2022
图 1. 2022 年 10 月 1 日~11 月 11 日不同国家平台原神营收排名

3. 国内外游戏输出文化对比分析

游戏作为文化输出的手段在过去乃至当下都有很多质疑和嘲讽的声音,更甚者直接给游戏扣上不入流的帽子,认为其难登大雅之堂。但事实情况却是,游戏作为科技发展的产物,已然成为传播文化的新型手段,世界各国都在争相抢占高地。通过调查研究国内外近十年来的经典案例,可以清晰地认识到游戏对于文化输出的重要意义。

3.1. 国外游戏文化输出成功案例

放眼世界,凭借经典游戏 IP 输出国家民族文化的例子不在少数。以我们的邻国日本为例,最成功的莫过于任天堂公司,其旗下的世界级 IP《超级玛丽》《宝可梦》等系列在为日本经济做出巨大贡献的同时让全世界领略到了日本的饮食文化和传统节日文化。其次让人吃惊的莫过于“三国”系列游戏,包括《三国志》《真三国无双》等,将原本属于中华文化的三国文化以日本人的视角制作出来,添入了众多日本历史文化元素后畅销海外。日本的 ACG 文化、宅腐文化更是全方位影响了国内游戏的制作:网易游戏旗下的《阴阳师》系列作品皆是借鉴了日本的风文化和妖怪文化;二次元文化类游戏作品(《碧蓝航线》等)更是数不胜数。欧美国家在这方面并不逊色日本。现在市面上依然流行的《生化危机》《寂静岭》《绝地求生》等游戏作品将欧美国家的个人英雄主义、血腥暴力、丧尸等文化等传入中国,造成了一系列负面的社会影响。近年最为火爆的《英雄联盟》所带来的浓郁魔幻风格更是深刻影响了一大批中国高校学生的审美风格。

科技的迅速发展和青年人逐步成为主要消费人群都让我们不得不正视游戏对传播文化的重要作用。向世界人民讲好中国故事,必然要大胆尝试文化与游戏的有机结合。

3.2. 国内游戏文化输出存在问题

国内游戏界近年来发展较快,涌现出《原神》《永劫无间》等一批高质量游戏,但整体发展水平仍

然落后于欧美日韩等国。针对此现象, 团队对国内热度最高的几款游戏进行问题分析。

其一, 最直接也即最严重的问题是游戏厂商多数以获取利润为首要目标, 质量为次, 最后考虑如何推动中华文化走向世界。典型代表有腾讯天美工作室旗下的《王者荣耀》。诚然, 《王者荣耀》中多数英雄的设计取自中国历史人物, 服饰设计也带有明显的中国元素[1], 但游戏方更多的注意力仍然是投放各式广告、推出各式风格的皮肤, 以此吸引更多用户在游戏内消费, 据实际数据统计, 该游戏仅 2022 年 1 月游戏就上架了 9 款新皮肤, 截止 2022 年 10 月, 一共上新了 44 款皮肤。对待中国历史文化的态度诚意不够, 具体表现为游戏早期将荆轲定位为女性刺客, 严重脱离了我国原本的历史背景。文化背景挖掘不深, 大多数停留在“造型”, 而不是真正把背后的故事讲好、讲完整。

其二, 部分国内游戏厂商为了吸引国内玩家, 不惜充当他国文化的输出机器。典型代表有网易游戏旗下的《阴阳师》《第五人格》等作品。通过实机游玩体验, 《阴阳师》完全是一款日系画风游戏, 日本动漫文化和妖怪文化成分相当浓郁; 《第五人格》则是荒诞哥特风格的游戏, 玩法借鉴了国外知名游戏《黎明杀机》, 游戏中充斥着西方国家恐怖哥特、诡异玩偶等文化元素。让中国用户体验到世界文化的多样性无所厚非, 但目前国内此类作品不在少数, 这与中华文化走出去的目标相去甚远。此外, 用户在游玩过程中对他国相关文化产生兴趣, 不知不觉中是否会淡化甚至遗忘本国优秀传统文化, 是值得我们思考并警惕的问题。

4. 《原神》文化考据及模式构建

4.1. 文化考据

团队经实机内深度观察后记录关键信息, 对游戏中的文化要素进行大范围的理据考究, 查阅典籍文献后将其主要分为角色服饰、地形建筑、传统节日、文化遗产、汉字诗词五个方面。

4.1.1. 角色服饰

角色钟离的服饰设计遵循“以中为主, 兼容西式”的理念, 正面上身是传统服饰马褂风格, 延伸至背后侧面的开衩又明显似长褂, 同时正后方加入了燕尾服的裁切样式但却缀有象征君王身份的金色龙鳞, 使得服装整体灵动飘逸, 跑动起来恍若真龙游行。形状运用以菱形为主, 棱角分明展现其武将的身份。背后绣着巨大的金色方胜纹, 方胜纹是汉族传统寓意纹样, 明清以来运用最多, 主体由两个菱形压角相叠, 因其形被赋予了“同心同德, 同舟共济”的寓意, 也代表着人民对幸福生活、生命延续的崇拜[2]。向下延伸的另一黑灰色纹路, 是被中国民间称为财富不断头的回纹, 常见于新石器时代的彩陶器和商周青铜时代的青铜器上[3]。回纹种类主要包括: 方回单体型、简笔组合型、正反 S 型和一笔连环型。钟离身上的回纹主要是第三种和第四种的组合, 这与钟离“财富之神”的身份也正好契合(图 2、图 3)。

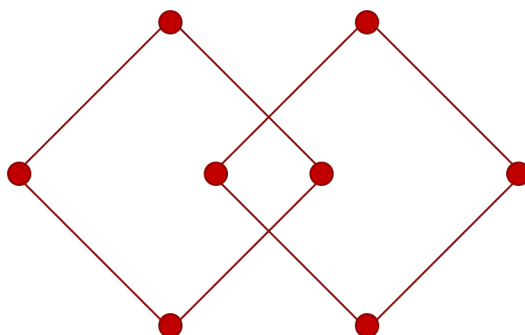


Figure 2. Schematic diagram of Fangsheng Pattern
图 2. 方胜纹示意图





类型	纹样展示
方体单回型	
简笔组合型	
正反“S”型	
一笔连环型	

Figure 3. Schematic diagram of fretwork
图 3. 回纹示意图

角色胡桃在游戏中是负责白事的往生堂堂主，其外观在原神中可以说是独一档。服装样式整体以唐装为基础，色调以黑为主，并辅以白金色花纹。头乾坤泰卦帽，是以古代宋明官帽为基础修改而来的模样，乾坤泰卦之名取自《周易》的泰卦，泰卦上坤下乾，坤为地，乾为天。只有地气上升。天气下降，才能乾坤交媾。交媾则上下气机通泰，故万物化生，这就是泰之象[4]。帽子上缀有的红梅和其梅花状瞳孔意在凸显中华文化中岁寒三友和花中四君子之一的梅花，这也象征着胡桃活泼通透、不同常人的特点。右手处有玉镯，在中华文化中认为此物可避邪(图 4)。

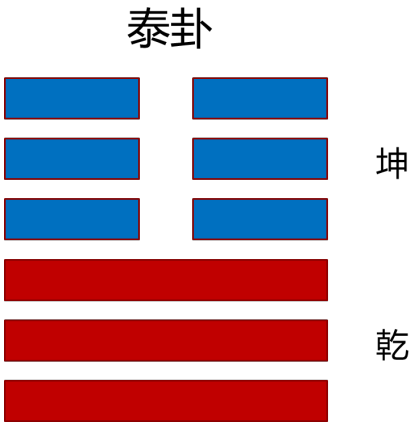


Figure 4. Schematic diagram of Hexagram Tai
图 4. 泰卦示意图

同样富有中华文化元素的还有刻晴、申鹤、魈等一众璃月角色，作为游戏主要特色之一，能够让玩家最直观地观察文化特征和感受文化交流。

4.1.2. 地形建筑

用户初入璃月地区所处的荻花洲以桂林阳朔山水为原型，连绵的石峰交织着大片芦苇，一幅开阔的山光水影画卷就这样在玩家面前徐徐展开。夜晚经过此地，月光下的芦苇荡让人顿生“枫叶荻花秋瑟瑟”

之意。绿华池地貌取自我国四川省阿坝藏族羌族自治州著名 5A 级景区黄龙风景名胜区, 以其最著名的黄龙沟钙华瀑布形成的钙华池为标志。绝云间的石林峰和雾海云霓来自我国湖南张家界风景区的石英砂岩峰林峡谷地貌。石门高耸的天衡山则来源于湖南张家界风景区的天门山

游戏中玩家最先接触的中式建筑是望舒客栈, “望舒”取自中国神话传说中为月驾车之神, 也可代指月亮。其外形参考了我国传统民居吊脚楼与山西大同悬空寺等建筑, 最上层的楼阁则类似于我国闽地常见的八角形楼阁, 例如清朝中叶建成的蛟洋文昌阁。璃月港设定是原神世界里最大的港口, 与唐宋以来的广州, 泉州, 扬州等世界首屈一指的繁盛港口的史实相一致。进入璃月港, 两种标志性建筑出现在玩家眼前: 陆路牌坊, 又名牌楼, 为门洞式纪念性建筑物, 也是祠堂的附属建筑物, 昭示家族先人的高尚美德和丰功伟绩, 兼有祭祖的功能。水路阙楼, 一种建设在道路之上的门类示意物, 是中国传统建筑母题之一, 当玩家爬到双阙顶端会发现有一对凤凰, 寓意着出海远航之人平安吉祥。主城区内部建有一座仿制的中式园林, 虽面积不大, 但廊桥、水榭、亭台、莲花、竹石、河灯等建筑特色一应俱全。走在璃月的街道, 两侧的房顶皆用我国特有的建筑物件琉璃瓦, 正门口端坐着两只石狮子, 琉璃亭外部招牌则是仿制北宋王孟希《千里江山图》。这一切的事物都让玩家无时无刻不处于中华文化的熏染中, 在璃月中游玩就仿佛置身于一个迷你版的中国。

4.1.3. 传统节日

海灯节是以我国元宵节为原型的节日, 元宵节又称灯节, 在这一天人们涌上街头, 一起燃放烟花河灯, 欣赏各式精美的灯笼, 思考趣味灯谜的答案。玩家在体验海灯节剧情时, 能够沉浸式地体验中国元宵节的各种传统活动, 体验这种喜庆祥和、国泰民安的温暖氛围。剧情结尾以“愿薪火相传, 美德不灭”为引, 将用户的思绪由各种活动拉回到人本身上来, 突出以人为本的核心思想, 对于中华文化内核再一次升华, 从而引起用户的情感共鸣。

逐月节则是以中秋节为原型的节日, 在这一活动中, 玩家会随着游戏剧情见识到各式新奇菜肴, 理解中华饮食中讲究的四季有别、色香味形器的和谐统一、进餐时的情趣品味以及烹饪中的食医结合和药膳同功等文化理念, 真正让用户体验到“民以食为天”的含义。中途与旧友相遇一同赏月时则引用了唐代诗人李白的《静夜思》和张若虚的《春江花月夜》。剧情在最后一句“今古诸事, 激荡中流, 宏图待看新秀”最为朝气蓬勃, 化用毛泽东《沁园春·长沙》的“到中流击水, 浪遏飞舟”以及《沁园春·雪》的“俱往矣, 数风流人物, 还看今朝”。

4.1.4. 文化遗产

《原神》剧情中原创戏曲作品《神女劈观》PV (Promotion Video) 一经放出, 顿时让世界各国玩家激动无比。《神女劈观》由国家一级演员、上海京剧院京剧演员杨杨老师倾情演唱, 讲的是一位身招厄运的女孩展现出的家国情怀的故事。PV 中展示了我国传统文化京剧、剪纸、皮影戏等, 其制作精良, 配乐天成, 情感充沛, 让无数中国玩家动容的同时也在世界玩家范围内掀起了一波戏曲热潮。不仅如此, 这个曲目还引得国家梅花奖获得者傅希如老师、国家一级演员郑潇老师等知名京剧演员争相翻唱, 而后更是出现了黄梅戏、淮剧、豫剧、昆曲、越剧等不同戏种的翻唱版本, 为中国乃至世界人民呈献出一场精彩绝伦的戏剧狂欢。视频中有句台词是“曲高未必人不识, 自有知音和清词。”, 中华文化源远流长、博大精深, 它就在那里, 自然有能够欣赏的知音前来赴会。

4.1.5. 汉字诗词

游戏中不少地方对于汉字的用法颇为讲究, 其中最具代表性的是钟离的命座名称, 分别是: “岩者, 六台引之为骨; 石者, 八荒唱玉而明; 圭璋, 暝仍不移其晖; 黄琮, 破而不夺其坚; 苍璧, 驱之长昭天理; 金玉, 礼予天地四方。”行文不仅对仗工整、用词考究, 而且气势磅礴层层递进。查阅古籍得知其

命名来源于我国周代时期的“礼玉六器”，也就是用玉制成、与传统礼制息息相关的六样器具，即《周礼·春官宗伯·大司马》中：“以玉作六器，以礼天地四方：以苍璧礼天，以黄琮礼地，以青圭礼东方，以赤璋礼南方，以白琥礼西方，以玄璜礼北方。”在表现钟离这一角色温润如玉、品行方正的同时将我国千百年来的礼玉文化传播给各国用户。游戏内容也融入了中国汉字特有的谐音文化。以中国为创作原型的契约之国——璃月，巧妙地化用“礼乐”和“立约”这两个词，让懂汉字的玩家对这其中的含义心领神会，让不懂汉字的玩家学习中文的欲望更加强烈。此外，角色名称的独特性和语际间的翻译也让不同语言国家的玩家对角色的中文名字感到好奇，渴望了解中华文化。

对于诗词的妙用，游戏里的体现也不在少数。钟离常说的“欲买桂花同载酒”就出自宋代诗人刘过的《唐多令·芦叶满汀洲》：“桂花同载酒，终不似，少年游。”借以表达垂暮之身，世事变迁的忧国伤时之情。在做任务时，有一对 NPC (非角色玩家) 的名称分别叫“一弦”和“一柱”，其母亲叫做“华年”，这里借用唐代李商隐《锦瑟》中“锦瑟无端五十弦，一弦一柱思华年”来表达一位丈夫对妻子的思念。望舒客栈下，有一位名叫“江雪”的钓鱼人，他常年孤身一人在江边垂钓，耐心等待着自己在等的事物，这里也巧借人名化用唐代柳宗元《江雪》中“孤舟蓑笠翁，独钓寒江雪”，使得剧情故事更加吸引玩家。前文所提到的逐月节剧情结尾“今古诸事，激荡中流，宏图待看新秀”化用毛泽东《沁园春·长沙》的“到中流击水，浪遏飞舟”以及《沁园春·雪》的“俱往矣，数风流人物，还看今朝”。

4.2. 模型构建与分析

《原神》之所以能够成功输出中华文化，主要原因除了其新颖的玩法和过硬的内容质量外，更重要的是其良好的文化生态让用户始终保持高活性和高粘度。团队通过分析《原神》具体的线上 + 线下活动，构建出四维文化生态圈模型，具体包括唤醒、培养、强化、产出四个维度(图 5)。

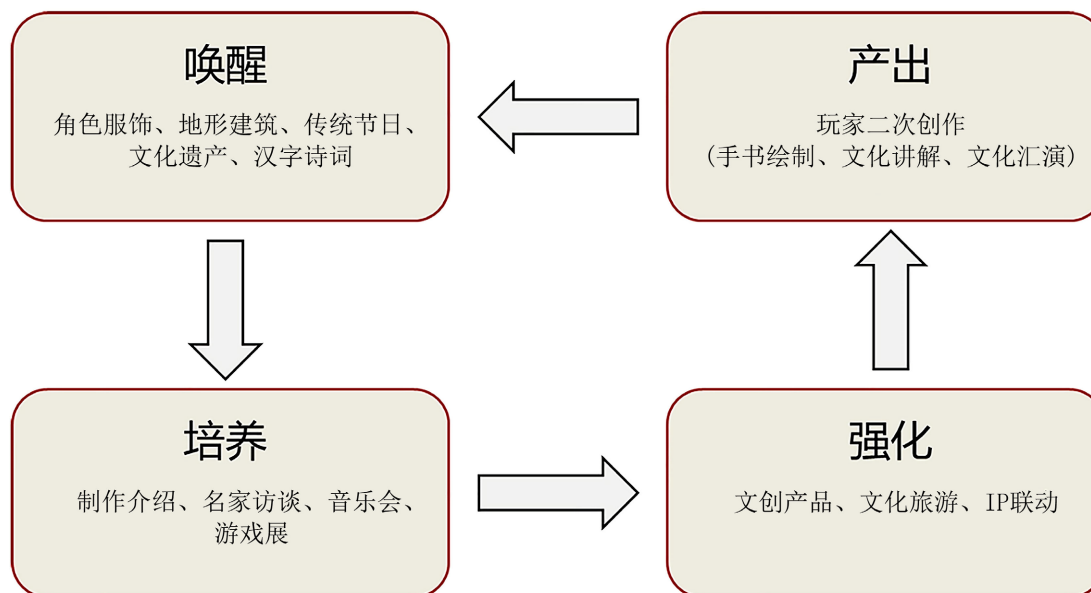


Figure 5. The four-dimensional cultural ecosystem of Genshin impact

图 5. 《原神》四维文化生态圈

文化唤醒是最基础也是最重要的根本维度，通过《原神》本身过硬的游戏质量，为玩家创造出一个开放世界，玩家在这个世界中感受到的文化来自角色服饰、地形建筑、传统节日、文化遗产、汉字诗词等方方面面。这一过程中，中华文化的魅力总是能搭载具体剧情在不经意间打动玩家，唤醒内心深处对

中华文化的热情和向往。《原神》不会生硬地将文化搬到玩家面前,而是将概念淡化、将内容细化,玩家所处之处皆是文化盛宴。

在培养维度,通过与游戏制作者的面对面交流,玩家能够完整地体验到游戏制作的流程,包括其中遇到的难关和制作者的巧妙设计,从而认识到游戏制作的不易。与名家的访谈会让玩家深入了解到中华文化传播者的生活和思想状态,如戏曲《神女劈观》中的杨扬老师的访谈,深刻改变了当代中国青年对于戏曲落伍、俗气的陈旧看法,将充满朝气、生机蓬勃的戏曲文化展现给世界人民。此外《原神》线下的音乐会也是极为亮眼的活动,先后有伦敦爱乐乐团、上海交响乐团、东京爱乐乐团对游戏内音乐进行了现场演奏,通过中国传统乐器如古筝、尺八[5]、竖琴等演奏纯正中式音乐的同时,加入国外乐器如日本太鼓、小提琴、单簧管等作为基调,带给玩家极致享受的同时再一次突出了“以中为主,兼容西式”的文化理念。

如果说前面两个维度游戏仍然起着主导作用,接下来的两个维度《原神》则逐渐将主动权交由玩家手中。

在强化维度,《原神》开始有意将更多的主动权交给玩家,让玩家在各种活动中体验文化,增强认同感。游戏方为玩家提供了文化产品和文化旅游的便利平台,经过唤醒和培养两个阶段的玩家对于中华文化已经有了较深层次的了解和浓厚的兴趣,也就更倾向于购买相关文创产品和去实际景点进行采风,体验虚实结合的感觉。截至目前,《原神》已经与湖南张家界风景区、四川黄龙景区、阳朔桂林山水景区、长白山景区联合打造文旅项目,吸引了国内外众多玩家前去游玩。而游戏与知名IP如KFC、必胜客等的联动让玩家组团前往实体店,更是进一步强化了玩家对游戏群体的认同感和归属感,玩家愿意投入更多的真情实感在游戏的线上和线下各种活动中去,接受文化熏陶的时间自然会大大拉长(图6)。



Figure 6. Genshin and Changbai Mountain scenic area cultural tourism linkage
图 6. 《原神》与长白山景区文旅联动

最终的产出维度,玩家基本上掌握了主动权,也可以理解为玩家对于中华文化的情感已经达到内化于心、外化于行的阶段。这一时期涌现出大批的有高技术力的玩家,他们凭借着自己的热爱对游戏内容进行二次创作,并添入大量文化元素在玩家群体间广泛传播。目前二次创作包括手绘绘制、文化讲解、

文化汇演、视频混剪、3D 建模、MMD (MikuMikuDance)、手工制作等众多类型, 这些玩家的作品在线上 and 线下得到推广后, 其新颖设计和文化内涵又会再一次吸引不了解《原神》的潜在用户, 从而自发加入到这个生态圈中, 从唤醒维度进行新一轮循环。据调查问卷统计, 通过玩家二创得知并体验《原神》的占比达 87.5%, 足以说明玩家群体已然具备了自发性去积极宣传他们所热爱的事物。

《原神》所打造的文化生态圈无疑是相当成功的, 四个维度各司其职、层层深入, 又相互联系、不可分割。团队认为这种新模式对于国内游戏产业对外传播中华文化具有较高的借鉴价值。

5. 结论

国外游戏输出文化的成功案例和国内游戏存在的问题让我们不得不重视游戏作为新型文化传播手段的重要性。文章通过文化考据和模型构建相结合的研究方法, 深入分析了开放世界游戏《原神》中的文化内涵并成功构建出四维文化生态模型。该模式对于国内游戏产业输出中华文化具有较高的借鉴价值, 为文娱产业在传播输出文化、吸引用户、提高用户活性与粘性以及拓宽活动范围等方面提供了新思路, 同时也为中华文化走向世界提供了更加喜闻乐见的新途径。可以预见在不久的将来国产游戏必然会成为输出中华文化的一大阵地, 而新模式的构建则会大大加快这一进程。

当然该模式也存在一定的局限性, 由于游戏和文化产业的不断发展, 四维文化生态模式没有考虑到尚未出现的因素, 其时效性有限因此需要不断完善和更新, 届时其适用的范围也有待进一步的研究。

参考文献

- [1] 孟飞, 彭昱剑. 文化融会与元素接合:《王者荣耀》的符号构建研究[J]. 杭州师范大学学报(社会科学版), 2021, 43(6): 92-101. <https://doi.org/10.19925/j.cnki.issn.1674-2338.2021.06.012>
- [2] 吴卫, 陈雅. 中国传统装饰纹样方胜纹解读[J]. 包装学报, 2012(1): 75-79. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1674-7100.2012.01.019>
- [3] 陈立民, 张鑫. 回纹纹样在公共信息图形符号中的应用[J]. 设计, 2022, 35(3): 155-157. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1003-0069.2022.03.046>
- [4] 彭宇. 字幕翻译中的顺应因素研究[J]. 译苑新谭, 2014(1): 96-101.
- [5] 刘旭昶, 刘永宁. 用“匠心”记录“匠人”——以人文音乐纪录片《尺八·一声一世》为例[J]. 艺术评鉴, 2020(16): 138-140, 188.